

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Geografi ialah studi yang mempelajari fenomena geosfer yang berupa alam serta manusia dan keterkaitan keduanya baik fisik maupun lingkungan hidup lainnya serta seluruh aspek – aspek yang terkait di permukaan bumi dengan menggunakan pendekatan keruangan, kelingkungan, serta kompleks wilayah. (Bintarto dan Surastopo, 1979). Obyek studi geografi berupa pendekatan untuk menjabarkan masalah hubungan persebaran kegunaan ruang dan manfaat yang didapatkan dari ruang yang disediakan, oleh karena itu penekanan geografi lebih dominan pada keruangan yang berkaitan dengan obyek dipermukaan bumi serta analisa keruangan dan yang harus diperhatikan ialah penyebaran penggunaan ruang yang s

udah ada, serta penyediaan ruang yang akan digunakan untuk berbagai banyaknya aktifitas didalamnya yang saling berkaitan dan berhubungan, hal ini juga dikarenakan geografi mempelajari persamaan serta perbedaan geosfer baik dari segi wilayah maupun lingkungan itu sendiri, berbeda hal nya dengan pendekatan lingkungan serta pendekatan kompleks wilayah dimana lingkungan hanya berfokus pada perilaku organisme serta perubahan fenomena lingkungan yang terjadi secara mandiri tanpa adanya keterkaitan dan komplek wilayah yang menyangkut keduanya baik dr segi ekologi maupun keruangan.

Pendekatan keruangan yang dimaksud dalam hal penelitian ini dapat dilihat dari fenomena yang mempelajari tentang penggunaan ruang yang ada serta hubungan timbal balik manusia terhadap lingkungan, baik penyediaan ruang yang digunakan, ruang yang di maksud ialah pasar Malangjiwan Colomadu yang di gunakan sebagai kegiatan perdagangan, baik berupa aktivitas yang dilakukan manusia, karena dalam hal

pendekatan ini ditekankan pada aktivitas manusia (human activities) dalam sebuah ruang yang tujuannya untuk mengungkapkan aktivitas manusia ditinjau dari penyebarannya, interelasinya, maupun deskripsinya dengan gejala - gejala lain yang berkenaan dengan aktivitas tersebut.

Pasar ialah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun lainnya. (Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007) sedangkan menurut Boediono (2000) dalam hal Ilmu Ekonomi pengertian pasar tidak perlu dikaitkan dengan suatu tempat yang dinamakan pasar dalam pengertian sehari-hari. Sebuah pasar dalam hal ilmu ekonomi ialah dimana saja terjadi transaksi antara penjual serta pembeli. Jenis Barang yang ditransaksikan bisa berupa jenis barang apapun, baik dari beras maupun sayur-mayur, sampai jasa angkutan, uang maupun tenaga kerja. Setiap jenis barang ekonomi mempunyai pasarnya sendiri-sendiri.

Pasar sangat memegang peranan penting dalam hal kegiatan ekonomi dan pembangunan perekonomian suatu negara. Melalui pasarlah kegiatan perdagangan dapat berjalan. Dengan keberadaan pasar juga membantu rumah tangga (rumah tangga konsumen, rumah tangga produsen maupun pemerintah) memperoleh kebutuhan serta atau juga pendapatan. Disamping itu juga, pasar mampu menciptakan kesempatan kerja. Banyak masyarakat yang menggantungkan hidupnya dari kegiatan ekonomi di pasar, baik untuk mencari pendapatan maupun memenuhi kebutuhan. Pasar merupakan fasilitas pelayanan publik untuk memenuhi kebutuhan masyarakat serta merupakan pusat ekonomi masyarakat. Selain itu juga, pasar berfungsi sebagai stabilitas harga, dimana harga pasar dijadikan salah satu tolak ukur pengukuran inflasi serta juga penentu kebijakan oleh pemerintah.

Pasar Tradisional adalah pasar yang dikelola secara sederhana dengan bentuk fisik Tradisional yang menerapkan sistem transaksi tawar menawar secara langsung dimana fungsi utamanya adalah untuk melayani kebutuhan masyarakat baik di Desa, kecamatan dan lainnya.

Pasar modern tidak begitu banyak berbeda dari pasar tradisional, tapi pasar modern ini penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang telah tercantum dalam barang (barcode), berada dalam bangunan serta pelayanannya dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga. barang yang dijual, selain bahan makanan makanan terdapat juga barang lainnya seperti; buah, sayuran, daging; sebagian besar barang lainnya yang dijual ialah barang yang dapat bertahan lama (Parawangsa dalam Asakdiyah 2004).

Para Investor juga membangun pusat perbelanjaan modern berupa minimarket, supermarket, hypermarket serta pusat perbelanjaan seperti mall dan lain-lain, menjadikan persaingan bagi pedagang pasar tradisional. Semakin banyaknya dan menjamurnya pusat perbelanjaan modern dikhawatirkan juga akan mematikan keberadaan pasar tradisional yang merupakan refleksi dari ekonomi kerakyatan. Disamping itu juga, perubahan gaya hidup masyarakat sekarang yang lebih memilih bertransaksi di pasar modern juga dapat menyebabkan peran pasar tradisional dalam kehidupan masyarakat lambat laun akan semakin terpinggirkan, oleh karena itu pedagang serta pengelola pasar juga harus berusaha untuk menciptakan kenyamanan, keamanan, kebersihan serta yang paling penting penyetabilan harga kebutuhan pokok yang dilakukan oleh pemerintah guna mengundang masyarakat agar tetap untuk melakukan kegiatan perbelanjaan di pasar tradisional.

Susilo (2012) mengemukakan bahwa kekalahan pasar tradisional dapat dikarenakan bahwa pasar modern memiliki beberapa keunggulan

diantaranya; ia bisa menjual produk dengan harga yang lebih miring, kualitas produk yang terjamin, kenyamanan berbelanja, serta banyaknya pilihan cara pembayarannya. Disamping itu juga, jam waktu kerja yang hampir 14 jam/harinya dalam hal berdagang tentunya akan menambah juga daya tarik bagi konsumen yang nantinya tentu akan menambah penghasilan. Berbeda halnya dengan keadaan di pasar tradisional, contohnya saja masalah lamanya jam kerja. Menjelang siang hari, kebanyakan para pembeli sudah berangsur -angsur surut dan jumlah pedagang semakin lama semakin menurun. Hal ini karena keadaan tempat yang semakin tidak nyaman, dan juga dikarenakan barang dagangan penjual yang sudah tidak lengkap (habis terjual).

Pasar sebagai perusahaan daerah digolongkan menurut beberapa hal, yaitu:

a. Menurut jenis kegiatannya, pasar digolongkan menjadi tiga jenis:

1. Pasar eceran

Yaitu pasar dimana terdapat permintaan dan penawaran barang secara eceran.

2. Pasar grosir

Yaitu pasar dimana terdapat permintaan dan penawaran dalam jumlah besar.

3. Pasar induk

Pasar ini lebih besar dari pasar grosir, merupakan pusat pengumpulan dan penyimpanan bahan-bahan pangan untuk disalurkan ke grosirgrosir dan pusat pembelian.

Dari jenis pasar menurut kegiatannya Pasar Umum Malangjiwan termasuk pasar eceran karena dalam proses jual beli yang dilakukan selama ini sebagian besar pembeli membeli barang dagangan dari penjual dalam bentuk eceran untuk dikonsumsi sendiri atau dijual kembali dalam

skala yang kecil.

Seiring dengan berjalannya waktu kini kian banyaknya penduduk di Kabupaten Karanganyar saat ini menuntut untuk penambahan dan perbaikan fasilitas ekonomi serta perdagangan di Kabupaten Karanganyar, pasar-pasar yang ada merupakan salah satu fasilitas ekonomi dan perdagangan yang memiliki peranan yang sangat penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, menggerakkan perekonomian, maupun meningkatkan pendapatan asli daerah.

Sektor perdagangan Kabupaten karangayar layaknya sebuah kota yang memiliki potensi untuk berkembang pada sektor ini juga memiliki sarana-sarana seperti 2 pasar modern dan 18 pasar tradisional salah satunya ialah pasar Malangjiwan Colomadu yang berlokasi di Jalan Adi Soemarmo, Kalurahan Malangjiwan, Kecamatan Colomadu Kabupaten Karangayar. Pasar tersebut tidak mempunyai spesifikasi khusus, tetapi mampu menyediakan berbagai hal macam barang dan jenis kebutuhan pokok masyarakat. Setelah adanya perubahan luas lahan, hasil dari pembebasan tanah , pada tahun 2006 dibangun kembali oleh pemerintah Kabupaten Karangayar

Pasar sebagai perusahaan daerah digolongkan menurut beberapa hal, yaitu:

a. Menurut jenis kegiatannya, pasar digolongkan menjadi tiga jenis:

1. Pasar eceran

Yaitu pasar dimana terdapat permintaan dan penawaran barang secara eceran.

2. Pasar grosir

Yaitu pasar dimana terdapat permintaan dan penawaran dalam jumlah besar.

3. Pasar induk

Pasar ini lebih besar dari pasar grosir, merupakan pusat pengumpulan dan penyimpanan bahan-bahan pangan untuk disalurkan ke grosirgrosir dan pusat pembelian.

Dari jenis pasar menurut kegiatannya Pasar Umum Malangjiwan termasuk pasar eceran karena dalam proses jual beli yang dilakukan selama ini sebagian besar pembeli membeli barang dagangan dari penjual dalam bentuk eceran untuk dikonsumsi sendiri atau dijual kembali dalam skala yang kecil.

Pasar Malangjiwan Colomadu ialah pasar tradisional yang memiliki tempat strategis dimana pasar malangjiwan itu sendiri terletak diantara perbatasan Kabupaten Boyolali dengan Kabupaten Sukoharjo dan pasar ini perbatasan dengan Maskar TNI AU dan juga Bandara Internasional Adi Soemarmo , dimana beroperasi setiap hari Senin sampai minggu dengan jam operasi pada pukul 05.00 sampai dengan pukul 12.00 akan tetapi jam tersebut juga tidak menjadi patokan atau tidak menentu dimana didapatkan para pedagang Pasar yang sudah berdagang pada pukul 04.00 pagi kebanyakan pedagang yang sudah beroperasi merupakan pedagang sayuran dan kebutuhan pokok

Ada dua klasifikasi pasar, yaitu

a. Pasar umum

Yaitu pasar yang berisi barang-barang yang beraneka ragam. Dalam pasar umum terdapat dua kriteria pasar di dalamnya, yaitu:

1 Kriteria pasar sesuai dengan kelasnya

➤ Kelas I

Luas lahan dasaran minimal 2000m<sup>2</sup>

. Tersedia fasilitas : tempat

parkir, tempat bongkar muat, tempat promosi, tempat pelayanan

kesehatan, tempat ibadah, kantor pengelola, KM/WC, sarana pengamanan, sarana pengolahan kebersihan, sarana air bersih, instalasi listrik, dan penerangan umum.

➤ Kelas II

Luas lahan dasaran minimal 1500m<sup>2</sup>

. Tersedia fasilitas : tempat

parkir, tempat promosi, tempat pelayanan kesehatan, tempat ibadah, kantor pengelola, KM/WC, sarana pengamanan, sarana pengolahan kebersihan, sarana air bersih, instalasi listrik, dan penerangan umum.

➤ Kelas III

Luas lahan dasaran minimal 1000m<sup>2</sup>

. Tersedia fasilitas : tempat

promosi, tempat ibadah, kantor pengelola, KM/WC, sarana pengamanan, sarana air bersih, instalasi listrik, dan penerangan umum.

➤ Kelas IV

Luas dasaran minimal 500m

. Tersedia fasilitas : tempat promosi,

kantor pengelola, KM/WC, sarana pengamanan, sarana air bersih, instalasi listrik, dan penerangan umum.

➤ Kelas V

Luas dasaran minimal 50m<sup>2</sup>

. Tersedia fasilitas: sarana pengamanan

dan sarana pengelola kebersihan.

Dari kriteria diatas Pasar Umum Malangjiwan Tergolong pasar kelas III karena dilihat dari luasannya, pasar ini memiliki lahan seluas 1400m<sup>2</sup> memenuhi standart kelas I yang memiliki luas dasar minimal 1000m<sup>2</sup>

.

Selain itu fasilitas seperti : tempat parkir, , tempat promosi, , , kantor pengelola, KM/WC, sarana pengamanan, , sarana air bersih, instalasi listrik, dan penerangan umum sudah terdapat di Pasar Umum Malangjiwan. Sehingga dapat disimpulkan Pasar Umum Malangjiwan termasuk klasifikasi kelas IV.

Kriteria pasar sesuai dengan jenis dagangannya

➤ Golongan A

Barang: logam mulia, batu mulia, permata, tekstil, kendaraan bermotor, kebutuhan sehari-hari dan yang dipersamakan.

Jasa: penukaran uang (*money changer*), perbankan dan yang dipersamakan.

➤ Golongan B

Barang: pakaian/sandang, pakaian tradisional, pakaian pengantin, aksesoris pengantin, sepatum sandal, tas, kacamata, arloji, aksesoris, souvenir, kelontong, barang pecah belah, barang plastik, obatobatan,

bahan kimia, bahan bangunan bekas/baru, dos, alat tulis, daging, bumbu, ikan basah, ikan asin, dan yang dipersamakan.

Jasa: wartel, titipan kilat, salon, kemasan, agen tiket, koperasi, penitipan barang, jasa timbang, dan yang dipersamakan.

➤ Golongan C

Barang : beras, ketan, palawija, jagng, ketela, terigu, gula, telur, minyak goreng, susu, garam, bumbu, berbagai jenis maknan, melinjo, kripik emping, kering-keringan mentah, mie, minuman, teh, kopi, buah-buahan, kolang kaling, sayur mayur, kentang, jajanan, bahan jamu tradisional, tembakau, bumbu rokok, kembang, daun, unggas hidup, hewan peliharaan, makanan hewan, sangkar,



obat-obatan hewan, tanaman hias, pupuk, obat tanaman, pot, ikan hias, akuarium, elektronik baru/bekas, onderdil baru/bekas, alat pertukangan baru/bekas, alat pertanian baru/bekas, kerajinan anyaman, gerabah, ember, seng, kompor minyak, sepeda baru/bekas, goni, karung gandum, majalah baru/bekas, koran, arang, dan yang dipersamakan.

Jasa: penjahit, tukang cukur, sablon, gilingan dan yang dipersamakan.

➤ **Golongan D**

Barang: rombongan, rongsokan, kertas bekas, koran bekas, dan yang dipersamakan.

Jasa: sol sepatu, jasa patri, dan yang dipersamakan.

Menurut kriteria pasar sesuai dengan barang dagangannya pasar Umum Malangjiwan termasuk golongan C. Hal ini dibuktikan dari barang-barang yang dijual di Pasar Umum Malangjiwan meliputi ,Sayur mayur , berbagai jenis makanan , jajanan dan kebutuhan sehari-hari.

**Tabel 1. Jenis Bangunan Di Pasar Malangjiwan Colomadu**

No	Jenis bangunan	Jumlah	Tarif retribusi/hari	Ukuran(m)
1.	Kios	125	Rp. 2000	3 x 3
2.	Los	221	Rp. 1500	2 x 2
3.	Kantor pasar	1	-	5 x 4
4.	Mck	1	-	4 x 4
5.	Mushola	1	-	4 x 4
6.	Pos keamanan	1	-	2 x 2
7.	Parkiran	1	Rp. 1000	7 x 3

*Sumber : Kantor Pasar Malangjiwan Colomadu tahun 2020*

Tabel 1 menjelaskan bahwa Pasar Malangjiwan Colomadu memiliki 8 macam bangunan yaitu terdiri dari kios berjumlah 125 dengan tarif retrebut Rp.2000/hari, dengan luas 3 x 3 m untuk satu kios, los 221 dengan luas 2 x2 m untuk satu los, dengan tarif retrebusi Rp.1000/hari, kantor pasar 1, mck 1, Mushola 1, pos keamanan 1 dan 1 parkir dengan tarif Rp.1000

Pasar tradisional ialah pusatnya perekonomian rakyat, dimana masyarakat kalangan menengah kebawah mencari kebutuhan dan juga penghasilan didalamnya dengan berjualan berbagai macam barang dagangan yang ia peroleh dari hasil tanam sendiri maupun diambil dari banyak tempat, serta pasar tradisional juga mampu menyerap tenaga kerja yang kurang terdidik baik berasal dari kabupaten Karanyar sendiri maupun kota kota lainnya seperti Klaten, Boyolali, Sragen, Karang Anyar, serta daerah yang lainnya dan konsumen pasar yang berdatangan untuk membeli barang dagangan yang berasal dari berbagai tempat. Untuk karena itu, perlunya mengidentifikasi karakteristik serta tingkat pelayanan pasar dalam rangka peningkatan daya saing pasar tradisional demi menjaga keberadaannya yang ada di Indonesia, sedangkan pendapatan para pedagang pasar tradisional semakin hari semakin merosot bahkan hingga gulung tikar dan akhirnya juga akan menurunkan kegiatan ekonomi masyarakat kelas menengah ke bawah, karena mayoritas pedagang ialah masyarakat menengah kebawah, hal ini sangat berbeda dengan pasar modern dimana pasar modern yang memiliki modal besar, manajemen bagus, serta waktu operasional jam kerja yang lama tentunya membuat pendapatan mereka lebih tinggi jika dibandingkan dengan pendapatan pedagang pasar tradisional, serta sejauh mana pasar dapat memberikan kenyamanan serta juga kepuasan untuk melakukan kegiatan jual beli baik dari segi fasilitas, kebersihan, akses menuju pasar, serta sejauh mana pasar dapat melayani pembeli dan

sejauh mana barang yang didapatkan untuk dijual di pasar dalam kasus ini ialah pasar tradisional Malangjiwan Colomadu, dengan demikian berdasarkan uraian yang telah diuraikan dengan pertumbuhan penduduk yang terus meningkat dan sulitnya perekonomian yang dialami masyarakat serta pengaruh lokasi pasar yang menjadi pusat mata pencarian serta konsumen yang mencari kebutuhan rumah tangga, maka penulis mengambil judul penelitian yaitu: **“JANGKAUAN PELAYANAN PASAR MALANGJIWAN COLOMADU KECAMATAN COLOMADU KABUPATEN KARANGAYAR”**

### **1.2 Perumusan Masalah**

Adapun perumusan masalah yang penulis tentukan antara lain:

1. Bagaimana karakteristik Pasar Malangjiwan Colomadu Kelurahan Malangjiwan Kecamatan Colomadu Kabupaten Karangayar ?
2. Bagaimana tingkat pelayanan(asal pedagang, asal pembeli, asal barang dagangan) Pasar Malangjiwan Colomadu Kelurahan Malangjiwan Kecamatan Colomadu Kabupaten Karangayar ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui karakteristik Pasar Malangjiwan Colomadu Kelurahan Malangjiwan Kecamatan Colomadu Kabupaten Karangayar
2. Mengetahui tingkat pelayanan(asal pedagang, asal pembeli, asal barang dagangan) Pasar Malangjiwan Colomadu Kelurahan Malangjiwan Kecamatan Colomadu Kabupaten Karangayar

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian ini antara lain :

1. Sebagai Salah Satu Bahan Evaluasi Pelayanan Pasar Tradisional Di Kecamatan Colomadu

2. Memberikan informasi serta pemikiran bagi pihak-pihak terkait mengenai karakteristik serta pelayanan pasar tradisional Malangjawan Colomadu
3. Sebagai bahan referensi untuk peneliti yang berkaitan dengan Kajian Karakteristik serta pelayanan Pasar Tradisional

## **1.5 Telaah Pustaka dan Penelitian Sebelumnya**

### **1.5.1 Telaah Pustaka**

Geografi ialah ilmu yang mempelajari tentang pengetahuan mencitra, menerangkan sifat bumi, menganalisis keadaan alam serta penduduk, serta juga mempelajari corak khas mengenai kehidupan dan berusaha mencari fungsi dari unsur bumi dalam ruang dan waktu serta juga memiliki dua aspek pokok, baik dari segi aspek fisik dan aspek sosial di dalamnya. Aspek fisik juga berhubungan atau berkaitan dengan gejala geosfer, yaitu lapisan yang terdapat diatas permukaan bumi yang meliputi fenomena litosfer, hidrosfer, atmosfer, biosfer, dan antroposfer. Aspek sosial berhubungan dengan kegiatan manusia secara sosial, ekonomi, serta budaya, (Bintarto, 1977).

Menurut Bintarto dan Surastopo Hadisumarno (1979:12-24), ada tiga jenis pendekatan dalam geografi yaitu :

#### **1) Pendekatan Kelingkungan.**

Pendekatan ini mengenai interaksi antara organisme hidup dengan lingkungan yang disebut dengan ekologi. Oleh karena itu untuk mempelajari ekologi seseorang harus mempelajari organisme hidup, seperti manusia, hewan dan tumbuhan beserta lingkungannya seperti hidrosfer, litosfer, dan atmosfer. Selain itu juga organisme hidup dapat pula mengadakan interaksi dengan organisme hidup yang lainnya. Pendekatan ekologi ini manusia tidak hanya tertarik kepada tanggapan dan penyesuaian terhadap

lingkungan fisikalnya tetapi juga tertarik kepada interaksinya dengan manusia lain yaitu ruang sosialnya. Pendekatan ekologi ini manusia tidak hanya tertarik kepada tanggapan serta penyesuaian terhadap lingkungan fisikalnya tetapi juga tertarik kepada interaksinya dengan manusia lain yaitu ruang sosialnya.

## 2) Pendekatan Keruangan.

Dalam Pendekatan ini mempelajari tentang perbedaan lokasi mengenai sifat - sifat penting. Dalam hal analisa keruangan sebaiknya ini yang harus diperhatikan ialah penyebaran penggunaan dikumpulkan data lokasi yang terdiri dari data titik (point data) dan data bidang (areal data). Data titik digolongkan diantaranya menjadi data ketinggian tempat, data sampel batuan, data sampel tanah dan sebagainya. Data bidang digolongkan seperti data luas hutan, data luas daerah pertanian, data luas padang alang-alang, dan sebagainya.

## 3) Pendekatan Komplek Wilayah

Gabungan antara analisa keruangan dengan analisa ekologi disebut dengan komplek wilayah. Bahwasannya Pada analisa kali ini wilayah wilayah tertentu didekati atau dikunjungi dengan pengertian areal differentiation, yaitu suatu anggapan bahwa interaksi antar wilayah akan berkembang karena pada hakekatnya suatu wilayah berbeda dengan wilayah lainnya, oleh karena itu terdapat permintaan juga penawaran antar wilayah tersebut. Pada analisa sedemikian ini diperhatikan pula mengenai penyebaran fenomena tertentu (analisa keruangan) dan interaksi antar variabel manusia dengan lingkungannya untuk kemudian dipelajari kaitannya (analisa ekologi).

Pendekatan keruangan yang di maksud ialah lokasi pasar Malangjiwan Colomadu yang di gunakan sebagai kegiatan

perdagangan, berupa aktivitas yang dilakukan oleh manusia, karena pada pendekatan kali ini ditekankan pada aktivitas manusia (human activities) dalam sebuah ruang untuk mengungkapkan aktivitas manusia ditinjau dari penyebarannya, interelasinya, dan deskripsinya dengan gejala - gejala lain yang berkenaan dengan aktivitas tersebut.

Interaksi keruangan adalah keadaan yang saling mempengaruhi dan ketergantungan antara komponen ruang muka bumi, baik itu antara faktor alami, faktor alam dengan manusia, maupun alam dengan kondisi sosial budaya, yaitu dengan cara meneglolah ruang itu sendiri dengan potensi serta permasalahan yang terkait dengan keruangan di sekitarnya

Interaksi kerungan ialah meruapakan bagian yang tak terpisahkan dalam geografi karena menyangkut keterkaitan antara gejala-gejala social(manusia) dengan lingkungan yang ada di dalamnya. Hal yang menunjukan bahwa interaksi keruangan sangat berhubungan dengan manusia dengam menjadikan interaksi tersebut selalu bersinggungan dengan keputusan dan kegiatan manusia, mengenai interelasinya, juga deskripsinya dengan gejala - gejala lain yang berkenaan dengan aktivitas tersebut.

Menurut Edward Ullman 1980, ada tiga faktor utama yang memengaruhi timbulnya interaksi antarwilayah, yaitu sebagai berikut:

a. Intervening Opportunity.

Adanya faktor yang menghambat interaksi antar wilayah, sehingga harus diisi wilayah lain untuk memenuhi kebutuhannya.

b. Regional Complementary.

Terdapatnya wilayah-wilayah yang berbeda dalam ketersediaan atau kemampuan sumber daya. Di satu pihak ada wilayah yang kelebihan (surplus) sumber daya, seperti produksi

pertanian dan bahan galian, dan di lain pihak ada daerah yang kekurangan (minus) jenis sumber daya alam tersebut. Secara sederhana yaitu wilayah-wilayah yang saling melengkapi.

c. Spatial Transfer Ability.

Yaitu adanya kemudahan transfer atau pemindahan dalam ruang. Fungsi jarak yang diukur dalam biaya dan waktu yang nyata, juga termasuk karakteristik yang khusus barang yang ditransfer atau pemindahan yang dilakukan dalam ruang.

Pasar tradisional ialah pusatnya perekonomian rakyat terutama masyarakat yang berpenghasilan menengah ke bawah dimana terdapat 3 pelaku utama antara lain penjual, pembeli, dan pegawai pasar, yang dimana masyarakat menengah kebawah mencari kebutuhan juga penghasilan didalamnya, dengan berjualan berbagai macam barang dagangan yang diperolehnya dari hasil tanam sendiri atau diambil dari berbagai tempat, dan juga pembeli yang ingin melengkapi kebutuhan rumah tangga melalui kegiatan transaksi jual beli, serta pegawai yang juga melakukan aktifitas yang menunjang keamanan, kebersihan serta pelayanan terhadap penjual, pembeli maupun pihak yang membutuhkan pelayanannya.

Pasar tradisional juga banyak menyerap tenaga kerja yang kurang terdidik, untuk mencari nafkah, karena pasar tradisional memberikan banyak sedikitnya peluang untuk memfasilitasi tenaga kerja untuk berdagang di pasar dengan kemampuan yang rendah yang berbeda jauh dengan pasar modern yang masih mempertimbangkan pendidikan pegawai untuk para pekerjanya.

Pasar tradisional ialah merupakan tempat bertemunya penjual juga pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan biasanya disertai dengan proses tawar-menawar, bangunan atau tempat biasanya terdiri dari

kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian barang elektronik, jasa dan lain-lain(Wikipedia).

Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 20 th. 2012, bab II, pasal 4 pasar tradisional memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Pasar tradisional dimiliki, dibangun dan dikelola oleh pemerintah daerah.
2. Adanya sistem tawar menawar antara penjual dan pembeli
3. Tempat usaha yang beragam pada satu lokasi yang sama.
4. Sebagian besar barang dan jasa yang ditawarkan berasal dari lokal daerah

Kriteria diatas jelas menunjukan karakter pasar tradisional, pada umumnya, akan tetapi terdapat pelaku lain dalam suatu pasar tradisional, seperti buruh angkut(panggul), petugas parkir, petugas kebersihan dan beberapa preman yang jelas menunjukan ciri dari pasar tradisional, karena berlokasi di ruang terbuka, dengan berbagai macam aktifitas manusia didalamnya. Menurut Irwan Abdullah (1989), Peranan pasar dalam kehidupan sehari-hari dapat disimpulkan sebagai berikut ini:

- 1) Pasar berfungsi sebagai tempat interaksi antar masyarakat
- 2) Pasar sebagai area pembauran
- 3) Pasar sebagai pusat informasi

Menurut Ananta Heri, S.E. M.M. dkk, Menahan Serbuan Pasar Modern: 94-96, komponen pasar tradisional memiliki pelaku kegiatan yaitu:

1. Pedagang. Pedagang pasar adalah pihak ketiga yang melakukan kegiatan dengan menjual atau membeli barang



dan atau jasa yang menggunakan pasar sebagai tempat kegiatannya.

2. Pembeli. Pembeli atau konsumen pasar adalah semua golongan yang datang dengan tujuan untuk mendapatkan apa yang menjadi kebutuhannya dengan harga murah dan dengan pelayanan langsung.
3. Penunjang pasar
  - a. Pemerintah sebagai pemberi izin berdiri serta beroperasinya pasar
  - b. Swasta pedagang penyewa tempat, pekaksana pembangunan pasar
  - c. Pengelola melaksanakan pembangunan, pengelola pemasaran tempat, pengelola kebersihan, pengelola distribusi barang dan stabilitas harga
  - d. Bank mempelancar kegiatan ekonomi

penelitian ini ialah pendekatan keruangan yang dilakukan dengan cara menyangkut perbedaan antar lokasi mengenai aspek-aspek yang terkait yang berhubungan antara manusia dengan manusia, serta juga manusia dengan ruang yang ada, maka terdapat analisis yang akan di kaji mengenai faktor yang terkait dalam pola penyebaran untuk menjadikan pola tersebut lebih efektif, oleh sebab itu yang harus diperhatikan ialah penyebaran penggunaan ruang yang akan digunakan untuk berbagai kegunaan yang di rencanakan.

Lokasi yang saling berhubungan didalam pola keruangan antara pasar Malangjiwan Colomadu dengan daerah yang berada disekitarnya maka dapat dikaji seberapa besar pengaruh factor persebaran antara kegiatan manusia, dengan lokasi pasar yang menjadi unit analisis penelitian untuk menjadikan pola tersebut lebih efektif.

Ilmu geografi dikaji mengenai masalah peta yang secara sederhana ialah merupakan kenampakan bumi dalam bidang datar yang diskalakan. Menurut ICA dalam Sinaga, 1995:5 peta ialah suatu representasi atau gambaran unsur-

unsur atau kenampakan-kenampakan abstrak, yang dipilih dari permukaan bumi, atau yang ada kaitanya dengan bentuk permukaan bumi atau benda-benda angkasa, dan umumnya digambarkan dalam bidang datar yang diperkecil atau diskalakan. Dengan begitu secara umum peta memiliki berbagai macam manfaat salah satunya ialah perencanaan serta menegemen suatu wilayah yang kemudian dianalisis serta diolah sehingga mendapatkan hasil terhadap peta tersebut. Seperti halnya dalam penelitian kali ini akan dipetakan wilayah kecamatan Colomadu yang menunjukan lokasi penelitian yaitu pasar Malangjiwan Colomadu, serta asal barang yang diperjual belikan oleh pedagang, dan asal pembeli yang membeli barang dagangan yang ada di pasar tersebut, sehingga kemudian dilakukan analisis secara kualitatif mengenai tingkat pelayanan pasar tersebut.

Tingkat pelayanan pasar adalah sejauh mana pasar dapat memberikan kenyamanan serta juga kepuasan untuk melakukan kegiatan jual beli baik dari segi fasilitas, kebersihan, akses menuju pasar, serta sejauh mana juga pasar dapat melayani pembeli dan sejauh mana barang yang akan didapatkan untuk dijual di pasar dalam kasus ini adalah pasar tradisional Malamgjiwan Colomadu.

Pedagang, pembeli, serta juga barang dagangan yang akan diperjual belikan di pasar, yang ia didapatkan dari berbagai daerah bahkan sampai keluar kota, yang kemudian di jualkan ke pasar sidodadi, terkait barang dagangan, sejauh mana pedagang mensuplai barang dagangan, sehingga dapat diketahui sejauh mana barang tersebut didapatkan dengan cara melakukan observasi, serta kuesioner yang diberikan ke pedagang tersebut, maka dapat dipetakan asal barang dagangan yang dijual belikan di pasar Malangjiwan Colomadu.

Pembeli ialah dimana setiap orang yang menggunakan barang atau jasa yang didapatkan dengan cara melakukan transaksi jual beli dalam hal ini barang yang ada di pasar, untuk melengkapi kebutuhan pangan, papan, serta sandang.

Pembeli berasal dari berbagai macam daerah meski kebanyakan bersal dari daerah sekitar pasar tradisional Malangjiwan, oleh karenanya pembeli juga dijadikan populasi dalam melakukan penelitian ini, dengan mengetahui daerah asal pembeli dengan cara observasi serta juga memberikan kuesioner pembeli,

dengan begitu dapat dipetakan daerah asal pembeli yang melakukan kegiatan berbelanja dipasar Malangjiwan Colomadu.

Peta Persebaran daerah asal barang dagangan serta sebaran daerah asal pembeli yang kemudian dijadikan sebagai analisis untuk mengetahui karakteristik pasar Malangjiwan dan juga dianalisis guna untuk mengetahui sejauh mana pasar tersebut dapat melayani pembeli sehingga diketahui keruangan yang terkait antara pasar tersebut dengan pelaku pasar menjadikan hal ini sebagai penekanan dari hasil penelitian yang dilakukan.

### 1.5.2 Penelitian Sebelumnya

**Tabel 2 Penelitian Sebelumnya**

Penulis	Judul	Tujuan	Metode	Hasil
Novan Andri dk, 2013	Analisis keruangan Pasar Tradisional Prambanan Di Kecamatan Prambanan Kabupaten Sleman	<p>1. Mengetahui  potensi kesuaian  ruang lokasi pasar tradisional Prambanan, Sleman</p> <p>2. Mengetahui  daerah asal pasokan barang, asal pedagang, dan daerah asal pembeli di pasar Tradisional Prambanan</p>	<p>Kuesioner(memperole</p> <p>1. h  informasi dengan mengajukan pertanyaan langsung terhadap responden)</p> <p>2. Wawancara dengan menggunakan  pertanyaan langsung kepada responden.</p> <p>3. Analisis peta dengan metode komperasi.</p>	<p>Dari aspek lokasi pasar menempati Temp yan at g startegis, dekat dengan fasilitas umum, sebagian besar barang  dagangan berasal dari Jawa Tengah (75%) dari DIY (25%) dari Klaten boyolali (5,6%) dan sleman (31,9%), dan jenis barang dagangan berpengaruh terhadap pendapatan, untuk pembeli dari kabupaten sleman (63,9%) dan Klaten 36,1%</p>

		<p>3. Mengetahui hubungan antara jenis barang dagangan dengan pendapata</p>		
Tri Yulianto, 2008	Analisis Keruangan Pasar Burung Di Pasar Ngasem Daerah Istimewa Yogyakarta	<p>1. Mengetahui karakteristik Pasar Burung Ngasem hubungannya Dengan kompleksitas ruang di sekitarnya</p> <p>2. Mengetahui sumbangan pendapatan dari berdagang burung Terhadap pendapatan keluarga.</p> <p>3. Mengetahui persebaran daerah asal pembeli dan hubungan antara</p>	<p>1. Wawancara pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung kepada para pedagang yang bersangkutan yang dikerjakan secara sistematis.</p> <p>2. Angket (kuesioner) instrument pengumpulan data atau informasi yang dituangkan kedalam bentuk pertanyaan</p>	Pasar berada di lokasi yang strategis, burung dagangan berasal dari luar daerah, umur pedagang berusia 43-51 tahun, pendidikan smp, daerah asal sebagian besar dari daerah Kraton, pendapatan Rp.1000.000/bulan.

Penulis	Judul	Tujuan	Metode	Hasil
Haris Al-Farizi, 2018	Tingkat Pelayanan Pasar Sidodadi Kleco Kecamatan Laweyan Kota Surakarta	1.Mengetahui karakteristik Pasar Sidodadi kleco kecamatan laweyan kota surakarta 2.Mengetahui tingkat pelayanan(asal pedagang, asal pembeli, asal barang dagangan) Pasar Sidodadi kleco kecamatan laweyan kota Surakarta	1.Wawancara pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung kepada para pedagang yang bersangkutan yang dikerjakan secara sistematis.  2 Angket (kuesioner) instrument pengumpulan data atauinformasi yang dituangkan kedalam bentuk pertanyaan	bahwa pasar Tradisional Sidodadi kleco memiliki lokasi yang strategis dimana langsung berhubungan kejalan raya, dan berdekatan langsung dengan pemukiman penduduk serta daerah asal para pedagang didominasi dari kecamatan Laweyan itu sendiri karena memungkinkan pasar untuk membuka lapangan kerja bagi masyarakat sekitar, serta pembeli didominasi berasal dari kecamatan Laweyan d hal ini dikarenakan lokasi pasar berdekatan dengan tempat tinggal pembeli dan juga dari kecamatan

				<p>kartosuro hal ini dikarenakan banyaknya Pelajar/Mahasiswa yang ingin berbelanja di pasar tersebut, dan hipotesis terakhir adalah asal barang dagangan yang didominasi berasal dari boyolali karena banyak hasil tanam yang dapat di jual di Pasar Tradisional Sidodadi Kleco.</p>
--	--	--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

*Sumber : Penulis , 2020*

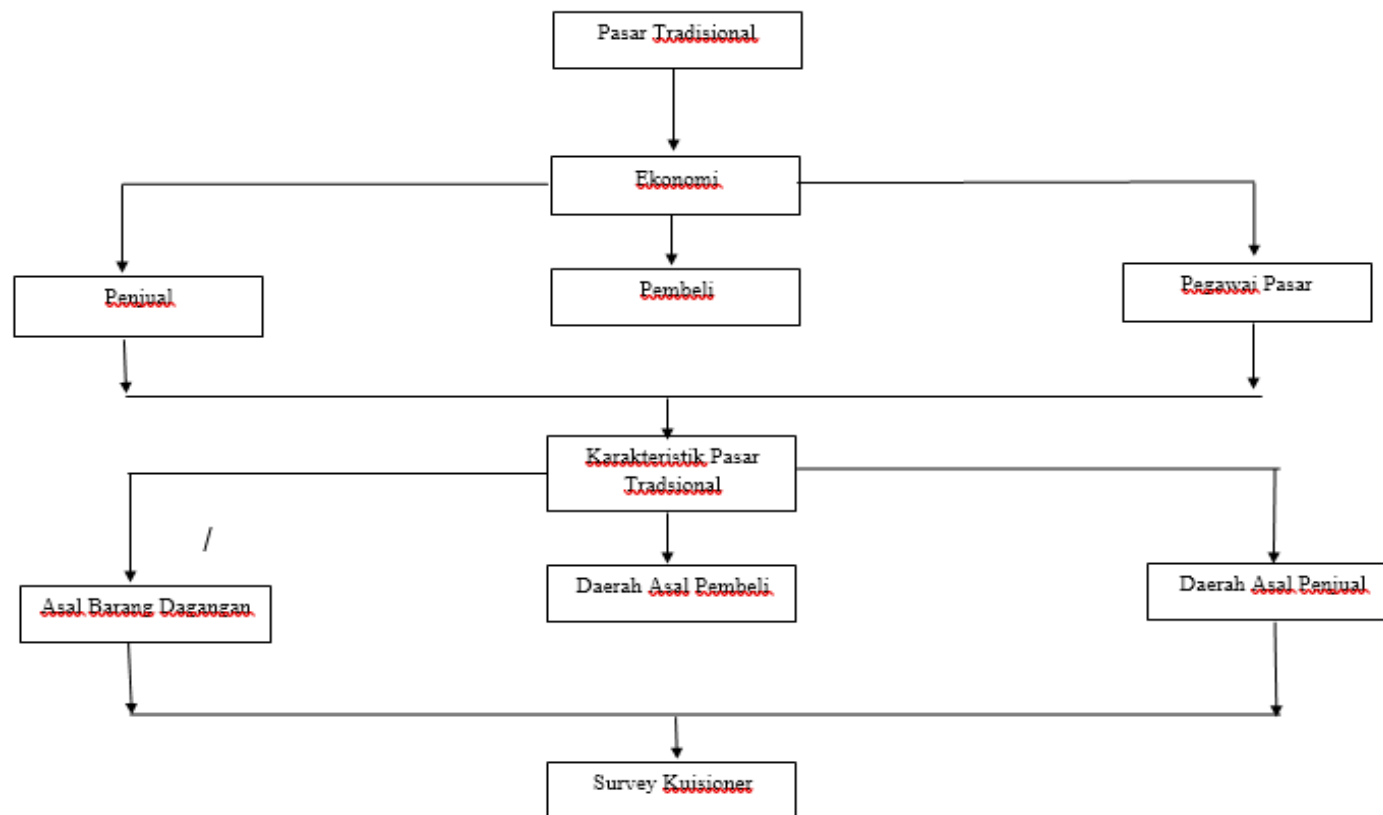
## **1.6 Kerangka Penelitian**

Pasar tradisional merupakan pusatnya perekonomian rakyat terutama masyarakat berpenghasilan menengah ke bawah dimana terdapat 3 pelaku utama yaitu penjual, pembeli, dan pegawai pasar, yang dimana masyarakat menengah kebawah mencari kebutuhan dan penghasilan didalamnya, dengan berjualan dengan berbagai macam barang dagangan yang diperoleh dari hasil tanam sendiri maupun diambil dari berbagai tempat, dan juga pembeli yang ingin melengkapi kebutuhan rumah tangga melalui kegiatan transaksi jual beli, serta pegawai yang melakukan aktifitas yang menunjang keamanan, kebersihan serta pelayanan terhadap penjual, pembeli maupun pihak yang membutuhkan pelayanannya.

Pasar Malangjiwan Colomadu merupakan 1 dari 4 pasar tradisional yang proses dengan berbagai perluasan lahan guna mempertahankan para konsumen untuk tetap berbelanja, dengan beraneka ragam barang dagangan yang di perjual belikan, mulai dari sembako, daging, sayuran, pakaian, mainan, dan lainnya, dimana beroperasi setiap hari Senin sampai minggu dengan jam operasi pada pukul 06.00 sampai dengan pukul 12.00 akan tetapi jam tersebut juga tidak menentu dimana didapatkan para pedagang Pasar yang sudah berdagang pada pukul 05.00 pagi kebanyakan pedagang yang sudah beroperasi merupakan pedagang sayuran dan kebutuhan pokok.

Tingkat pertumbuhan penduduk yang semakin lama terus meningkat, mengakibatkan akan banyaknya jumlah permintaan akan kebutuhan pasar menjadikan pasar harus tetap menstabiliskan barang dagangan baik kebutuhan sandang, pangan, maupun papan, oleh sebab itu perlu diketahui karakteristik dari pasar tradisional Malangjiwan Colomadu serta mengetahui asal barang dagangan, daerah asal penjual, daerah asal pembeli serta daerah yang mendominasi barang dagangan yang di pasarkan, dengan cara memberikan kuesioner/angket penelitian kemudian diolah data(primer/skunder), serta di petakan dengan tujuan untuk mudah di pahami, dan dianalisis dari kenampakan peta tersebut dan dianalisis pola persebaran serta keruangannya.





Gambar 1 Kerangka Penelitian

### **1.7 Batasan Operasional**

Pasar ialah tempat bertemunya penjual serta mempunyai kemampuan untuk menjual barang/jasa serta pembeli yang mempunyai uang untuk membeli barang dengan harga bervariasi. (Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007).

Pasar Tradisional ialah pasar yang dibangun serta dikelola oleh Pemerintah, Baik Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama juga dengan pihak swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los serta tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat maupun koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil serta dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar (Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007).

Pedagang ialah orang yang melakukan usaha berjualan barang/usaha yang diproduksi sendiri atau kelompok. Interaksi ialah adanya kontak hubungan antara dua wilayah atau lebih yang dapat menimbulkan gejala atau masalah baru (Bintarto, 1979). Analisa keruangan ialah mempelajari tentang perbedaan lokasi mengenai sifat penting atau seri sifat penting (Hagget, 1972 dalam Bintarto, 1979). Barang dagangan ialah semua barang yang diperoleh dari hasil pertanian serta industri dengan tujuan untuk dijual (Kutanegara, Dkk, 1989). Peta ialah suatu representasi atau gambaran unsur-unsur kenampakan abstrak yaitu, dipilih dipermukaan bumi atau yang berkaitan dengan permukaan bumi serta benda-benda angkasa dan pada umumnya digambarkan pada suatu bidang datar dan diperkecilkan atau diskalakan (Agus Dwi Martono, 1998).